

# ANALYSE DIGITALE DE LA MARQUE

*Alain Afflelou*



**RÉDIGÉ PAR:**

NGO MBOUS TECLAIRE SOLANGE  
MARKETEUSE FREELANCE

**ALAINAFFLELOU**

*Hoi c'est Afflelou !  
Sharon Stone*

**AOUT 2022**

NGO MBOUS TECLAIRE SOLANGE

MARKETEUSE FREELANCE



**AUDIT ET OPTIMISATION**  
**du MARKETING DIGITAL, DU SEO et DE LA REDACTION WEB**  
**du site de la marque**

*Alain Afflelou*

## NOTRE SERVICE

Je suis Marketeuse digital Freelance.

Ma mission est de donner une nouvelle énergie à mes clients, en développant, en transformant et en mettant en lumière leur marque, produit, image...

Ma clientèle est très diversifiée: privés, particuliers ou encore des structures à but non lucratif font partie de ma clientèle.

## LE CLIENT

**ALAIN AFFLELOU** est un opticien et homme d'affaires français, né le 1er janvier 1948 à Mascara en Algérie. Il est le fondateur et dirigeant de la chaîne de magasins d'optique qui porte son nom.

**ALAIN AFFLELOU** est une entreprise française, chaîne d'opticiens spécialisée dans la distribution de montures, verres optiques et produits de contactologie. L'entreprise possède également une activité d'audioprothèse.

Depuis près de 50 ans **ALAIN AFFLELOU** bouscule les codes du secteur en proposant des innovations tant sur les offres que sur les produits.

## LE PROJET

- Analyse environnementale
- Analyse concurrentielle de l'entreprise
- Analyse de la cible de l'entreprise
- Audit de la stratégie marketing digitale de l'entreprise
- Réalisation d'un audit SEO du site
- Rédaction d'un article web sur un sujet au choix autour de ALAIN AFFLELOU

# CAHIER DE CHARGE



## 1 ETUDE DE L'ENVIRONNEMENT

Evaluer l'entreprise et son environnement.

## 2 EVALUER

Evaluation de la présence digitale: Analyse SEO

## 3 STRATEGIE DE CONTENUS

Production d'un article.

# TABLEAU PESTEL DE LA MARQUE

*Alain Afflelou*

ALAIN AFFLELOU

## POLITIQUE

### OPPORTUNITES

**LOI MACRON:** Suppression des ordonnances obligatoires pour les verres correcteurs.

### MENACES

**LOI HAMON:** Mention obligatoire de l'écart pupilaire sur l'ordonnance. Facilite la vente sur les sites de vente optique.

## ECONOMIE

### OPPORTUNITES

Marché de l'optique en croissance.

### MENACES

Contexte de crise économique, lunettes non remboursées entièrement par la sécurité sociale.

## SOCIAL

### OPPORTUNITES

Moyenne d'âge de la population française -> 40ans: Presbytie.

### MENACES

Clients plus avertis et autonomes dans l'achat de leurs lunettes.

## TECHNOLOGIE

### OPPORTUNITES

Innovation constante sur le marché des lunettes. Branches clipsables (ATOL), Google glass,...

### MENACES

Développement des achats sur internet.

## ENVIRONNEMENT

### OPPORTUNITES

La tendance est à l'économie d'énergie dans la production de lunette.

### MENACES

Développement des montures plastiques -> Pas écologique.

## LEGAL

### OPPORTUNITES

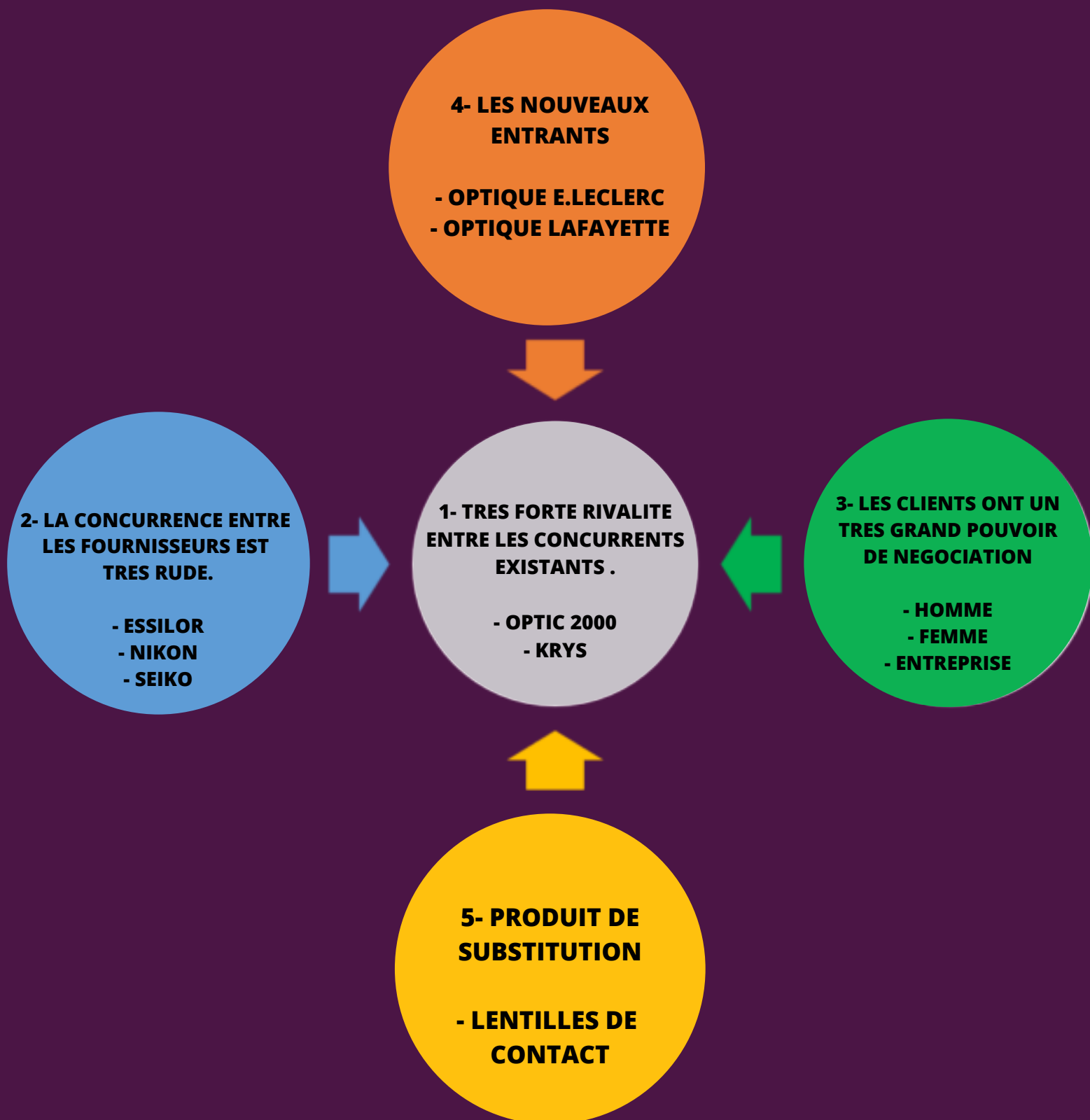
**LOI MACRON** rend la vente des lunettes plus facile, car il n'y a plus besoin de passer par son ophtalmologue pour certains types de besoin.

### MENACES

Augmentation des taxes.

# ANALYSE PORTER DE LA MARQUE

*Alain Afflelou*



**ALAINAFFLELOU**

# ANALYSE SWOT DE LA MARQUE

*Alain Afflelou*



INTERNE

## FORCES

1ere marque d'optique connue en France. Soit 94% de notoriété assistée.

## FAIBLESSES

L'enseigne décide de se positionner uniquement sur l'offre discount.

EXTERNE

## OPPORTUNITES

Le secteur est porteur, car il y'aura toujours des gens avec des problemes de vue.

## MENACES

Le marché de l'optique est très compétitif.

**ALAINAFFLELOU**

## LES CONCURRENTS DIRECTS ET INDIRECTS

### LES CONCURRENTS DIRECTS

#### 1 OPTIC 2000 = 13,7%

**OPTIC 2000** est une coopérative créée en 1969, le Groupement d'achats des opticiens lunetiers, en abrégé **GADOL**.

Le groupe **OPTIC 2000** est le leader de la distribution d'optique en France avec ses enseignes **OPTIC 2000** et **Lissac**, acquise en 2005, avec ses

1 860 points de vente. Il est aussi présent sur le marché des prothèses auditives (Audio 2000).

**OPTIC 2000** s'est rendu célèbre grâce à sa collaboration avec **JOHNNY HALLYDAY** depuis 2002.

**GAMME DE LUNETTES: LENTILLE DE CONTACT-ALCON à 40€**

#### 2 KRYS = 12,4%

L'enseigne **KRYS** voit le jour en 1967.

C'est la première enseigne à avoir présenté les montures en libre essai en magasin dès 1971.

En 2018, l'enseigne compte 879 magasins sur le territoire français et réalise un chiffre d'affaires de 774 millions d'euros en 2017.

Depuis 2014, **KRYS** est partenaire officiel du Tour de France.

**GAMME DE PRODUIT: AUDITION PHONAK AUDEO-M30 à 40€**

### LES CONCURRENTS INDIRECTS

#### 3 OPTIQUE LAFAYETTE

Face au succès de son réseau Pharmacie Lafayette, depuis 2005,

le Groupe Laf'Santé a choisi de dupliquer son modèle à celui de l'Optique en créant l'enseigne Optique Lafayette en 2009.

La stratégie de l'enseigne « la vue pour tous » vise à proposer des prix bas toute l'année sur les équipements optiques et a pour finalité de lutter contre le renoncement aux soins par manque de moyens, qui touche près de 2 millions de personnes, soit 20% des patients ayant un besoin en Optique (selon la Mutualité Française).

Avec son concept et son identité unique, Optique Lafayette bouleverse les codes traditionnels du secteur de l'Optique.

Par ailleurs, pour Optique Lafayette, la survie du système de santé et le maintien des avantages des mutuelles dépendent de la responsabilité de chacun. Aussi, le réseau s'engage à respecter la prescription de l'ophtalmologiste, dans un esprit solidaire de santé Publique.

Optique Lafayette s'inscrit donc dans une démarche sociale et citoyenne : La vue pour tous !

**GAMME DE LUNETTES: - FORFAIT enfant 20€ : Prix de vente TTC conseillé en magasin pour une monture (sélection présentée en magasin) + 2 verres unifocaux organiques 1.5 blancs non durcis, corrections -6/+6, cyl 3 (sph + cyl ≤ +6).**

## ANALYSE DE LA COMMUNICATION DES CONCURRENTS

### OPTIC 2000

#### Réseaux Sociaux

**f** Nbr d'Abonnés 154 938  
Taux d'engagement 40 Likes  
Type de contenu: Vidéo

**t** <https://twitter.com/optic2000/>  
Nbr Abonnés 3449  
Taux d'engagement 5 Likes

#### SEO

Rendu sur les Appareils  
Cette vérification montre visuellement comment votre page s'affiche sur différents appareils. Il est important que votre page soit optimisée pour le mobile et la tablette, car aujourd'hui, la majorité du trafic provient de ces appareils.



Référencement



Liens



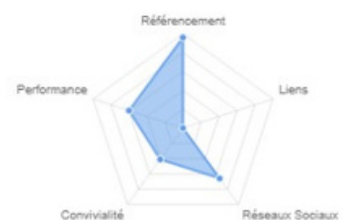
Convivialité



Performance



Réseaux Sociaux





# ANALYSE DE LA COMMUNICATION DES CONCURRENTS

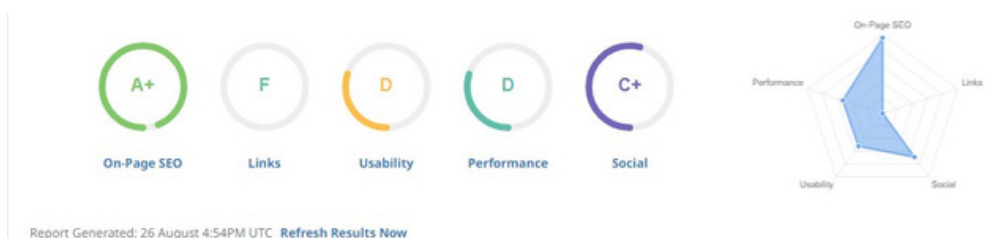
## KRYS

### Réseaux Sociaux

**f** <https://web.facebook.com/krys>  
Nbr d'Abonnés 103 120  
Taux d'engagement 40 Likes  
Type de contenus: Vidéo, Jeux concours

**t** <https://twitter.com/krys/>  
Nbr Abonnés 18 363  
Taux d'engagement 5 Likes  
Type de contenus: Vidéo, Images, Posts, Jeux concours.

### SEO



**Facebook Connected**  
Your page has a link to a Facebook Page.

**Facebook Open Graph Tags**  
We have not found Facebook Open Graph Tags on your page.

Facebook Open Graph Tags are a type of structured data that can be placed on your page to control what content is shown when a page is shared on Facebook.

**Facebook Pixel**  
We have not detected a Facebook Pixel on your page.

Facebook's Pixel is a useful piece of analytics code that allows you to retarget visitors if you decide to run Facebook Ads in future.

**Twitter Connected**  
Your page has a link to a Twitter profile.

**Twitter Activity**  
You have a strong following on Twitter.

**18,363**  
Followers

**Twitter Cards**  
We have not detected Twitter Cards on your page.

Twitter Cards are a type of structured data that can be placed on your page to control what content is shown when a page is shared on Twitter.

**Instagram Connected**  
Your page has a link to an Instagram profile.

**YouTube Connected**  
Your page has a link to a YouTube channel.

**YouTube Activity**  
You have a good number of YouTube channel subscribers.

**3,400**  
Followers

**19,533,970**  
Video Views

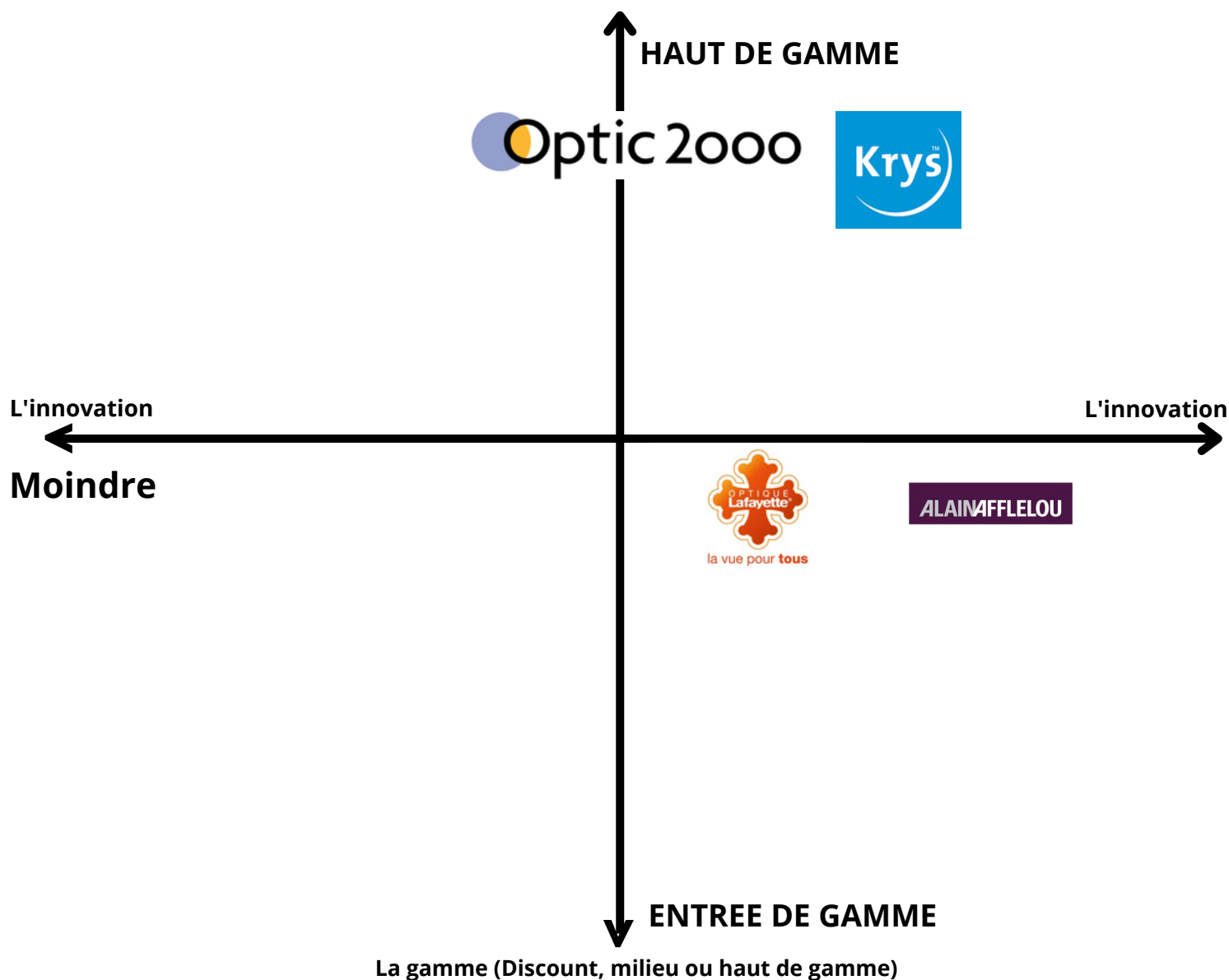
# MAPPING CONCCURENCIEL ENTRE OPTIC 2000-KRYS-OPTIQUE LAFAYETTE

ET

*Alain Afflelou*



La gamme (Discount, milieu ou haut de gamme)



**ALAINAFFLELOU**

## 1 VENTE DE PRODUITS

**Gamme pour Homme, Femme, Enfant.**

**Produit Basique : Lunettes de soleil, lunette de vue, lentille, appareil auditif, service.**

**Innovant : Smart tonic, des lentille jeune presbyte, Magic, Ephémère Aqua Protect, H2O**

**La qualité made in France.**

## 2 PRIX

- 1999 "TCHIN-TCHIN" 1€ la deuxième paire.
- 2009 "NEXT YEAR" Crédit sur un an pour rembourser ses lunettes.
- 2011 tarifaire originale dans tout le monde.
- 2015 "WIN-WIN" abonnement pour garder une assurance pour ses lunettes.
- 2016 Alibi optique complet à partir 99€. Le prix des lunettes varie selon les verres et les options prises dessus. Cependant les montures sont vendues entre 59 et 99€ pour celle solaire et entre 19 et 169€ les montures normales.
- Les appareils auditifs sont en moyenne au prix de 1250€.

## 3 DISTRIBUTION

- 1478 magasins Alain Afflelou pour l'optique et 244 magasins Alain Afflelou acousticiens.
- La marque compte plus de 500 franchises.
- 136 magasins dans le reste du monde.
- 5 magasins en ligne avec analyse 3D, RDV en ligne, réservation et achats de produit. (4 font partie du groupe 1 et de la marque Afflelou) .
- Il y'a Optical discount, Optimal, happyview.fr, Malentille. Com et Aflflelou.com

## 4 COMMUNICATION

- Logo en prénom (accrocheur),
- L'égérie de la marque Sharon Stone permet une visibilité internationale et une icône pour vendre leur lunette.
- L'image de Alain Afflelou reconnu en France et patron aimé des Français.
- Slogan et nom d'offre assez remarquable qui permet une accroche facile dans la tête des clients.
- Médias traditionnels (tv et presse), Réseaux sociaux et sponsoring.

### 1 LE COEUR DE CIBLE

- Les personnes du 3e âge qui ont des problèmes de vue.
- Les jeunes avec des problèmes de vue et dont les parents ont un revenu moyen.

### 2 LA CIBLE PRIMAIRE


- Les personnes avec des problèmes de vues,
- Celles qui veulent un nouveau look fashion.

### 3 LA CIBLE SECONDAIRE

- Les influenceurs capables de faire la publicité des lunettes en montrant leur coté fashion et en incitant les gens à les acheter.

## PERSONA DE NOTRE COEUR DE CIBLE

### ALICIA NDOLO JONES



**ARTISTE** **CINÉPHILE** **GLOBE TROTTER**

**Motivation**

- Créative
- Creative
- Sociale
- Drôle
- Spirituelle

**Buts**

- Je dois absolument créer ma galerie d'art.
- Je souhaiterais créer une association pour aider les enfants victimes de violence sexuelle.
- Je rêve de chanter à Broadway.

**Frustration**

- Je n'aimerais pas me retrouver sans emploi.
- Je me bats pour réaliser mes rêves.
- Je dois acheter une nouvelle paire de lunettes.

**Bio**

Je m'appelle ALICIA NDOLO JONES. J'ai 25 ans, je suis la seule fille d'une fratrie de 3 garçons et je suis professeur de chant. Dans la vie de tous les jours, j'adore mon travail, mais j'aime également les sorties entre amis, les voyages, découvrir de nouvelles cultures, les bons restaurants, mais aussi rester cool à la maison. Et j'ai un sacré sens de l'humour. Je suis célibataire et j'espère que je rencontrerai mon prince charmant un jour. Je porte des lunettes depuis mon plus jeune âge et donc chaque année, je change ma paire de lunettes et il est grand temps pour moi de les changer maintenant.

**Personality**

Intervient ☐ Extravert ☐  
Thinking ☐ Feeling ☐  
Sensing ☐ Intuition ☐  
Judging ☐ Perceiving ☐

**Brands & Influencers**

NIKE **3C** **3C**


**Preferred Channels**

CRTV ☐  
M6 ☐  
TRACE GOSPEL ☐  
B ☐

DO NEXT Customer Journey Map

See related templates

### MAXIMUS KAMDEN BROWN



**SPORTS** **CINÉPHILE** **GLOBE TROTTER**

**Motivation**

- Sociale
- Creative
- Spirituelle
- Sport
- Croyant
- Spirituelle
- Drôle

**Buts**

- Je dois absolument construire ma maison.
- Je souhaiterais créer une association pour aider les enfants victimes de violence sexuelle.
- Je rêve de sauter en parachute.

**Frustration**

- Je n'aimerais pas me retrouver sans emploi.
- Je me bats pour économiser le maximum d'argent pour réaliser mes rêves.
- Je dois acheter une nouvelle paire de lunettes.

**Bio**

Je m'appelle MAXIMUS KAMDEN BROWN. J'ai 30 ans, je suis le dernier de ma fratrie et je suis un informaticien. Dans la vie de tous les jours, j'adore mon travail, mais j'aime également le sport, les sorties entre amis, les voyages et les bons restaurants. Et j'ai un sacré sens de l'humour. Je suis à la recherche d'une belle et intelligente jeune femme, avec qui je pourrais m'écarter et rigoler tous les jours. Comme vous pouvez l'imaginer, dans mon travail, je sollicite beaucoup mes yeux et il est grand temps pour moi de changer mes lunettes.

**Personality**

Intervient ☐ Extravert ☐  
Thinking ☐ Feeling ☐  
Sensing ☐ Intuition ☐  
Judging ☐ Perceiving ☐

**Brands & Influencers**

NIKE **JACOPO LEM**

**Preferred Channels**

CRTV ☐  
SPORT ☐  
TRACE GOSPEL ☐  
B ☐

DO NEXT Customer Journey Map

See related templates

## LES MOYENS DE COMMUNICATION "P.O.E.M"



Depuis son lancement sur TIK TOK, 30 influenceurs se sont déjà prêtés au jeu en mettant en avant la collection MAGIC ou les offres TCHIN TCHIN: - 3 paires d'été et les solaires.

ALAIN AFFLELOU se rend plus accessible en utilisant les codes des jeunes. Il est dans l'air du temps.

Il représente l'ensemble des canaux que l'on a acquis:

Réseaux Sociaux:

- **FACEBOOK:** facebook.com/alinafflelou/
- **TWITTER:** @alinafflelou
- LINKDLN, TIK TOK
- Site internet: <https://www.afflelou.com/>



Il représente tous les canaux d'acquisition payants:

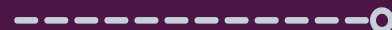
- Publicité à la télé
- Sponsoring
- Communication événementiel (ROLAND GARROS)



# LE TUNNEL DE CONVERSION "INBOUND MARKETING"



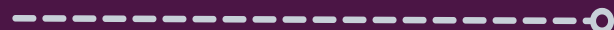
**01** ATTIRER



**02** CONVERTIR



**03** CONCLURE



**04** FIDELISER



# ANALYSE SEMANTIQUE

Individual Keywords					
Keyword	Title	Meta Description Tag	Headings Tags	Page Frequency	
afflelou	✓	✓	✓	19	<div></div>
lunettes	✓	✓	✗	11	<div></div>
vos	✗	✓	✓	10	<div></div>
pour	✗	✗	✗	10	<div></div>
des	✗	✗	✗	8	<div></div>
vous	✗	✓	✗	7	<div></div>
une	✓	✓	✗	7	<div></div>
voir	✗	✗	✗	7	<div></div>

Phrases					
Phrase	Title	Meta Description Tag	Headings Tags	Page Frequency	
alain afflelou	✓	✓	✗	5	<div></div>
blueblock by afflelou	✗	✗	✓	3	<div></div>
savoir plus	✗	✗	✗	3	<div></div>
vos lunettes	✗	✓	✗	3	<div></div>
mieux voir	✗	✗	✗	3	<div></div>

## Rankings

### Top Keyword Rankings

This shows your top 10 Keyword Rankings in the specific location. The list is ordered by the keywords that drive the most traffic to your page.

Keyword	Country	Position	Total Searches	Estimated Traffic	
opticien	FR	2	246,000	39,852	<div></div>
alain afflelou	FR	1	60,500	18,392	<div></div>
afflelou	FR	1	60,500	13,977	<div></div>
lunette de soleil homme	FR	2	60,500	9,801	<div></div>
lunettes	FR	4	74,000	4,876	<div></div>
polarises	FR	3	49,500	4,816	<div></div>
lunettes de vue	FR	2	27,100	4,390	<div></div>
lunette de soleil femme	FR	3	40,500	3,940	<div></div>
ray-ban	FR	5	90,500	3,862	<div></div>
opticien alain afflelou	FR	1	12,100	3,678	<div></div>

[Track Keyword Rankings](#)

### Total Traffic From Search

This shows you the Estimated Traffic Volume your page receives from it's Keyword Rankings



**368,853**  
Monthly Traffic



# ANALYSE BACKLINKS

## Links

**Number of Backlinks** i

You can see information about your page's backlinks within this report by signing up to one of our premium plans.

[Signup - Free Trial](#)

**On-Page Link Structure** i

We found 471 total links. 3% of your links are external links and are sending authority to other sites. 0% of your links are nofollow links, meaning authority is not being passed to those destination pages.

[Show details](#)

**Friendly Links** ✗

Some of your link URLs do not appear friendly to humans or search engines.

We would recommend making URLs as readable as possible by reducing length, file names, code strings and special characters.

[Show details](#)

## Google's PageSpeed Insights - Desktop

✗

Google is indicating that your page is scoring poorly on their Desktop PageSpeed Insights evaluation.

Google has indicated that the performance of a webpage is becoming more important from a user and subsequently ranking perspective.

57

Lab Data	Value	Opportunities	Estimated Savings
First Contentful Paint	0.6 s	Reduce unused JavaScript	1.07 s
Speed Index	3.8 s	Reduce initial server response time	0.86 s
Largest Contentful Paint	1.6 s	Serve images in next-gen formats	0.36 s
Time to Interactive	5.1 s	Properly size images	0.2 s
Total Blocking Time	0.52 s	Eliminate render-blocking resources	0.16 s
Cumulative Layout Shift	0.004		

**Flash Used?** ✓

No Flash content has been identified on your page.

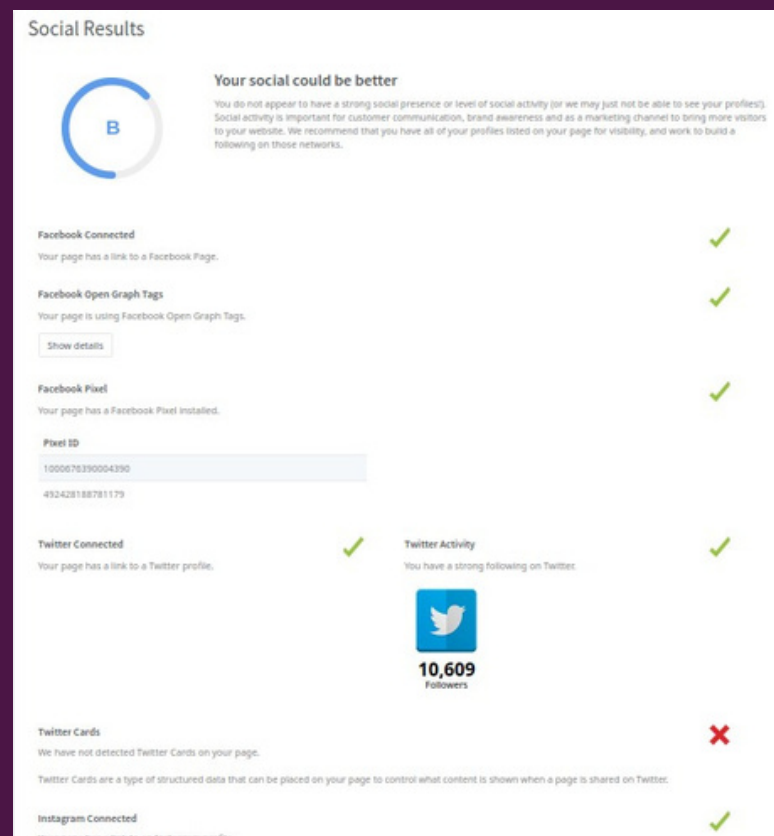
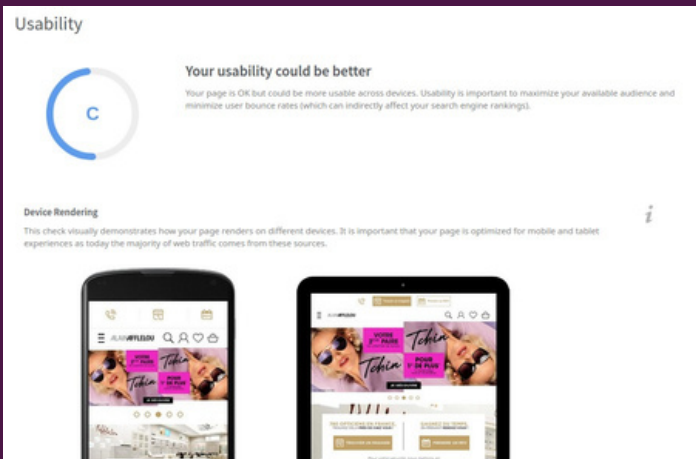
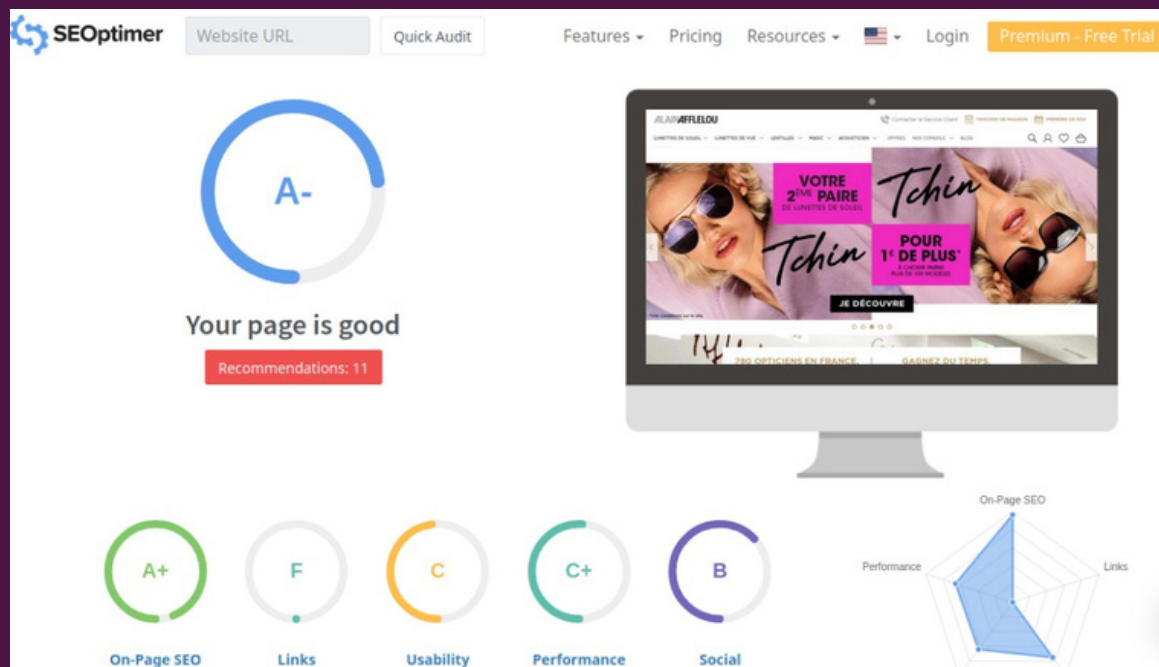
**iFrames Used?** ✗

Your page appears to be using iFrames.


iFrames are discouraged as they can complicate navigation of content in mobile and have historically been harder to index for search engines. There



## RESUME SYNTHETIQUE GLOBAL



# ANALYSE TECHNIQUE



### Your On-Page SEO is very good!

Congratulations, your On-Page SEO is well optimized. On-Page SEO is important to ensure Search Engines can understand your content appropriately and help it rank for relevant keywords. You can continue to build on your strong position through testing content improvements for gradual gains.

#### Title Tag

You have a title tag of optimal length (between 10 and 70 characters).

Opticien Alain Afflelou : Lunettes, lunettes de soleil et lentilles

Length : 67

#### Meta Description Tag

Your page has a meta description of optimal length (between 70 and 320 characters).

Découvrez et essayez en ligne nos lunettes de soleil, nos lunettes de vue - Réservez vos lunettes et lentilles en ligne et trouvez l'opticien Alain Afflelou proche de chez vous

Length : 177

Your page is making use of hreflang attributes.

Show details

#### Language

Your page is using the lang attribute.

Declared: fr\_FR

#### H1 Header Tag Usage

Your page has a H1 Tag.

Show details

#### H2-H6 Header Tag Usage

Your page is making use multiple levels of Header Tags.

Header Tag	Frequency
H2	7
H3	1
H4	0
H5	0
H6	0

#### Canonical Tag

Your page is using the Canonical Tag.

<https://www.afflelou.com/>

#### Noindex Tag Test

Your page is not using the Noindex Tag which prevents indexing.

#### Noindex Header Test

Your page is not using the Noindex Header which prevents indexing.

#### SSL Enabled

Your website has SSL enabled.

#### HTTPS Redirect

Your page successfully redirects to a HTTPS (SSL, secure) version.

#### Robots.txt

Your website appears to have a robots.txt file.


<http://www.afflelou.com/robots.txt>

#### XML Sitemaps

Your website appears to have an XML sitemap.

<https://www.afflelou.com/sitemap.xml>

### Performance Results




#### Your performance could be better

Your page's performance has some issues and room for improvement. Performance is important to ensure a good user experience, and reduced bounce rates (which can also indirectly affect your search engine rankings). We recommend addressing the highlighted factors below.


#### Page Speed Info

Your page's server response time is reasonably low which is good for load speed and user experience.


##### Server Response



##### All Page Content Loaded



##### All Page Scripts Complete



#### Page Size Info

Your page's file size is quite large which, regardless of other optimizations, can reduce load speed and impact user experience. A general rule is to keep your page under 5MB in total file size.

Total Page Size

Broken Size Breakdown

## PARCOURS DANS L'HISTOIRE DE L'OPHTALMOLOGIE

**80 % des informations qu'un individu reçoit passent par la vue. C'est D'ailleurs pour cela que l'ophtalmologie s'inscrit comme l'une des plus vieille discipline médicale découverte.**

**L'histoire de l'ophtalmologie remonte à 3000 ans av. J-C avec les premières traces de l'étude de l'œil et des remèdes ophtalmologiques. Des fouilles archéologiques en Égypte ont révélé l'existence de matériel ophtalmologique tel que des collyres au cuivre, des pinces à épiler pour les yeux, des cautères et même des aiguilles à abaisser la cataracte. Ces outils sont toujours utilisés aujourd'hui, et même s'ils ont été améliorés leur essence reste la même.**

**De nombreux papyrus médicaux ont également été découverts, ils relatent des symptômes ou remèdes médicaux de l'époque.**

**Le papyrus d'EDWIN-SMITH trouvé à Thèbes en 1862 mentionne notamment des symptômes et des complications oculaires de traumatismes crâniens.**



**PAPYRUS D'EDWIN-SMITH**

**Dans la mythologie grecque : Le centaure Chiron serait le premier ophtalmologue, grâce aux mythes et aux légendes.**

**Quelques centaines d'années plus tard, on retrouve dans une tout autre civilisation des récits sur les prémices de l'ophtalmologie. Réputé pour sa sagesse et sa science, le centaure fut éduqué par Apollon, qui lui enseigna la médecine et la guérison. Il deviendra maître d'Asclépios qui sera plus tard le dieu de la médecine.**

**Chiron a réalisé bien des prouesses dans le domaine de la médecine et est considéré comme le premier Ophtalmologue de l'Histoire. Ce titre lui fut attribué pour avoir rendu la vue à Phoenix, fils d'Amyntor, à qui son père avait fait crever les yeux.**

## L'HISTOIRE DE L'OPHTALMOLOGIE DANS LE TEMPS

- Les premières traces.

**80 % des informations qu'un individu reçoit passent par la vue. C'est D'ailleurs pour cela que l'ophtalmologie s'inscrit comme l'une des plus vieille discipline médicale découverte.**

**L'histoire de l'ophtalmologie remonte à 3000 ans av. J-C avec les premières traces de l'étude de l'œil et des remèdes ophtalmologiques. Des fouilles archéologiques en Égypte ont révélé l'existence de matériel ophtalmologique tel que des collyres au cuivre, des pinces à épiler pour les yeux, des cautères et même des aiguilles à abaisser la cataracte. Ces outils sont toujours utilisés aujourd'hui, et même s'ils ont été améliorés leur essence reste la même.**

**De nombreux papyrus médicaux ont également été découverts, ils relatent des symptômes ou remèdes médicaux de l'époque.**

**Le papyrus d'EDWIN-SMITH trouvé à Thèbes en 1862 mentionne notamment des symptômes et des complications oculaires de traumatismes crâniens.**



**PAPYRUS D'EDWIN-SMITH**

**Dans la mythologie grecque : Le centaure Chiron serait le premier ophtalmologue, grâce aux mythes et aux légendes.**

**Quelques centaines d'années plus tard, on retrouve dans une tout autre civilisation des récits sur les prémices de l'ophtalmologie. Réputé pour sa sagesse et sa science, le centaure fut éduqué par Apollon, qui lui enseigna la médecine et la guérison. Il deviendra maître d'Asclépios qui sera plus tard le dieu de la médecine.**

**Chiron a réalisé bien des prouesses dans le domaine de la médecine et est considéré comme le premier Ophtalmologue de l'Histoire. Ce titre lui fut attribué pour avoir rendu la vue à Phoenix, fils d'Amyntor, à qui son père avait fait crever les yeux.**

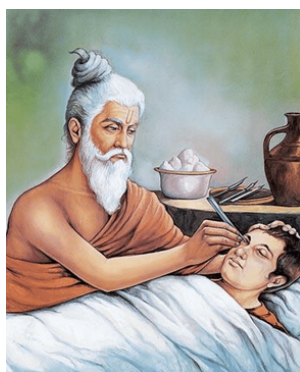
## L'HISTOIRE DE L'OPHTALMOLOGIE DANS LE TEMPS



CHIRON LE CENTAURE

- **L'ophtalmologie dans l'ancienne INDE  
avec SUSRUTA**

**De toutes les civilisations, c'est l'Inde qui s'inscrit comme le plus grand précurseur dans le domaine de l'ophtalmologie. Le Vêda, premier livre sacré de l'Inde parut entre 1500 et 500 avant J-C qui référence 74 maladies oculaires et leurs remèdes. C'est aussi en Inde ancienne, dans les environs de 800 av. J-C que naît SUSRUTA, premier chirurgien ophtalmologue de l'Histoire. Ses écrits témoignent des premières techniques d'abaissement de la cataracte. La méthode utilisée par Susruta consistait à faire basculer le cristallin dans le vitrée à l'aide d'un ustensile pointu. De nos jours, la chirurgie de la cataracte a évolué mais cette technique d'opération est restée longtemps la même. L'ensemble de ses connaissances et avancées sont condensées dans le SUSHRUTA SAMHITA, ouvrage qui recense 300 procédés chirurgicaux et plus d'une centaine d'ustensiles d'opérations.**



SUSRUTA



## L'HISTOIRE DE L'OPHTALMOLOGIE DANS LE TEMPS

- **Le développement de l'Ophtalmologie**  
avec Léonard de Vinci

A l'époque de la renaissance, le domaine de l'ophtalmologie a connu de grands progrès.

LEONARD DE VINCI, figure des avancées de la renaissance, s'est intéressé de près à la perspective. Cette notion avait été abordée par les Grecs et les Romains qui en avaient déterminé les fondamentaux, puis elle a été reprise et approfondie par Léonard de Vinci. Le peintre et inventeur a défini 3 types de perspectives : la perspective linéaire qui rétrécit la taille des objets lorsqu'ils s'éloignent de l'œil, la perspective des couleurs qui joue sur l'intensité des couleurs selon la distance de l'œil et enfin la perspective d'expédition où les éléments sont moins précis quand ils s'éloignent de l'œil. Léonard de Vinci a aussi mené des recherches sur les phénomènes pupillaires ou encore sur le champ visuel. Ses travaux ont grandement permis à la science d'évoluer et ont contribué à mieux connaître le corps humain.



**MONA LISA**

- **Jean-Paul Marat et son approche novatrice des soins oculaires**

Au 18<sup>e</sup> siècle, lorsque les traitements au mercure étaient de coutume, Jean-Paul Marat déconstruit l'utilisation de ce métal. Il détecte une maladie oculaire produite suite à l'ingestion de mercure : la presbytie accidentelle. Cette maladie, souvent confondue avec la « goutte sereine »\* engendre une perte partielle de la vue. Marat, contrairement à ses confrères proposait à ses patients des traitements spéciaux composés d'une diète à base d'infusions en tout genre (guimauve, théine...), d'un régime alimentaire drastique (pas de chocolat, de café, de vin, de liqueurs spiritueuses ou de plats épicés...), de saignées et d'électrothérapie. Il fut le premier ophtalmologue à recourir à l'électrothérapie à base d'étincelles électriques, ce qui était une grande innovation pour son époque.

\*Paralysie du nerf optique entraînant la perte partielle ou totale de la vue.

- **Le développement de l'Ophtalmologie en France avec Henri Parinaud.**

101 an plus tard, la France connaît Henri Parinaud. Chirurgien ophtalmologiste, il s'inscrira dans l'histoire comme véritable pionnier de l'ophtalmologie française. Henri Parinaud a donné son nom à bon nombre de ses découvertes comme l'échelle de Parinaud ou encore le syndrome de Parinaud. Cet ophtalmologiste connaît une grande renommée par les nombreuses découvertes et avancées sur les maladies oculaires qu'il a menées. C'est un des premiers ophtalmologistes à distinguer les paralysies isolées des nerfs oculomoteurs des paralysies des mouvements associés aux yeux. Il découvre et redéfinit l'œdème pupillaire et mène des recherches sur d'autres maladies comme le strabisme ou la migraine ophtalmoplégique. Henri Parinaud a en somme grandement fait avancer la recherche des maladies oculaires en France et son nom est célèbre pour les instruments d'ophtalmologie qu'il a créés et auquel il a donné son nom.

L'ophtalmologie est donc une discipline qui ne date pas d'hier et qui est en constante évolution. De l'Égypte antique à nos jours, les techniques de chirurgie oculaire ont bien évolué, tout comme, les techniques d'examen et de dépistage.

Chaque jour, le monde de l'ophtalmologie progresse dans la recherche pour vous apporter un diagnostic toujours plus pointu et une chirurgie toujours plus performante.